

Nielsen

Ad Market Trend | februari 2010

Maandelijks rapport over de ontwikkelingen in de Nederlandse media- en reclamemarkt

Economische ontwikkelingen

De inflatie is in februari 2010 uitgekomen op 0,8%. Dit is 0,1% lager dan het definitieve inflatiecijfers van januari. Doordat de uitverkoop langer duurde dan begin 2009, was kleding 1,5% goedkoper dan in februari 2009. Opvallend was de stijging van mobiele beltarieven. Hierdoor stegen de prijzen van communicatie met 3,9% ten opzicht van januari. Dit wijkt af van de dalende trend in de prijzen van communicatie.

De indicator van het consumentenvertrouwen kwam in maart uit op -12, in februari was dit -13. In maart 2009 bereikte het consumentenvertrouwen een dieptepunt met -34, waarna gestaag een verbetering zichtbaar was. De laatste twee maanden zette de opgaande lijn niet echt door.

De werkloosheid is de afgelopen drie maanden verder toegenomen. De voor seizoen gecorrigeerde werkloosheid kwam in de periode december – februari uit op 5,7%. Ten opzichte van de vorige driemaands periode is dit een toename van 0.1 procentpunt en ten opzichte van dezelfde periode een jaar eerder is de voor seizoen gecorrigeerde werkloosheid 1,7 procentpunt gestegen. De laatste maanden neemt vooral de werkloosheid toe onder mannen in de leeftijdsgroep 45 jaar en ouder.

Bruto mediabestedingen

De bruto mediabestedingen zijn in februari 2010 uitgekomen op ruim € 403 mln. Ten opzichte van dezelfde maand in 2009 is dat een stijging van 10,0%. Ten opzicht van januari 2010 zijn er voor februari 7,4% meer bruto mediabestedingen geregistreerd. In de tweede maand van 2009 was er een daling van 1,8% ten opzichte van januari en in 2008 werd er een groei genoteerd van 6,7% in februari t.o.v. januari 2008.

Voor het eerst hebben alle drie de mediumtypen binnen het cluster Audiovisuele Media een groei genoteerd in dezelfde maand. Na een kleine dip in januari zijn de mediabestedingen op Televisie gestegen met 8,1%. Radio heeft de in januari ingezette positieve trend ook door weten te zetten en noteerde een groei van 13,6%. In heel 2009 zijn er voor dit mediumtype alleen in maart en juli meer bruto mediabestedingen geregistreerd, waarbij de grootste groei in juli 9,1% was. Ook Out of Home is weer uit te rode cijfers en kwam uit op 7,0% ten opzichte van februari 2009.

Dagbladen laat nog steeds een stijgende lijn zien en ook in februari zijn de bruto mediabestedingen hoger dan vorig jaar (17,8%). Ook Nieuwsbladen noteerde een groei in februari en kwam uit op 14,3%. De bruto mediabestedingen voor de andere mediumtypen binnen het cluster Printmedia zijn minder positief. De daling binnen Publiekstijdschriften lijkt echter wel af te nemen, tot oktober vorig jaar werden er dalingen genoteerd rond de 20%. In januari waren de mediabestedingen weer iets verder teruggelopen om in februari uit te komen op -7,8% ten opzichte van 2008. Ook Vaktijdschriften (-14,8%) en Sponsored Magazines (-14,0%) noteerden minder bruto mediabestedingen in februari 2010 dan in februari 2009. De groei van de bruto mediabestedingen aan Folders is ook in februari weer verder doorgezet en noteerde ook deze maand weer de grootste groei (32,0%).

Ontwikkeling bruto mediabestedingen per mediumtype en per maand in %, ten opzichte van dezelfde maand een jaar eerder

	jan '10	feb '10
Totaal	0,4%	10,0%
TV	-1,6%	8,1%
DB	9,0%	17,8%
FOL	25,7%	32,0%
RAD	0,8%	13,6%
PTS	-14,3%	-7,8%
OOH	-14,7%	7,0%
VTS	-13,9%	-14,8%
INT	-9,0%	0,2%
SM	-5,1%	-14,0%
BIO	-15,9%	-29,7%
NB	12,7%	14,3%

TV: Televisie
DB: Dagbladen
RD: Radio

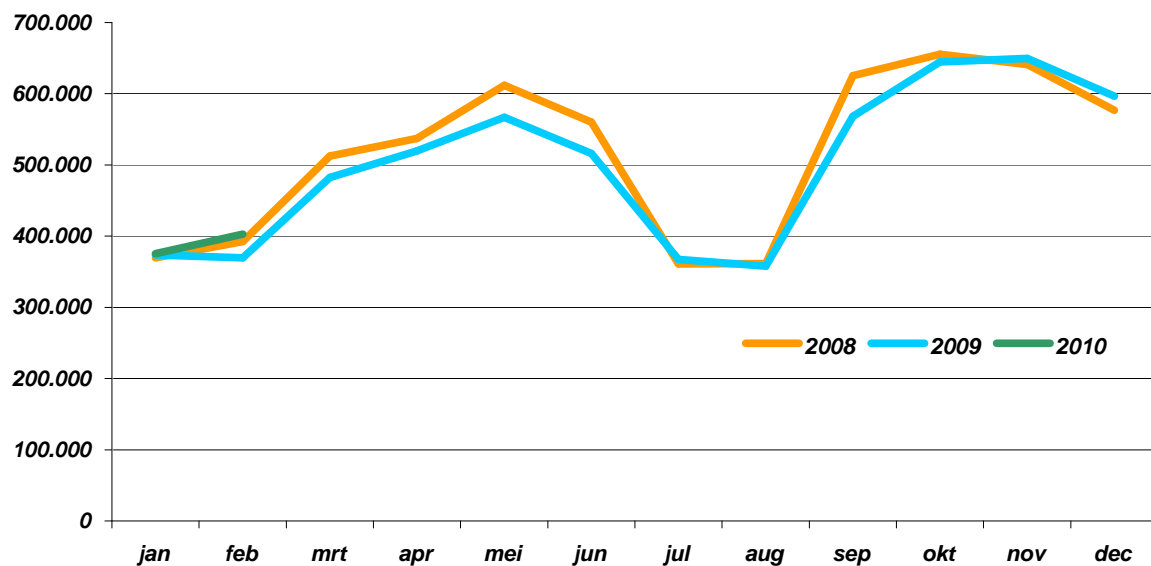
FOL: Folders
PTS: Publiektijdschriften
OOH: Out of Home

VTS: Vaktijdschriften
INT: Internet
SM: Sponsored Magazines

BIO: Bioscoop
NB: Nieuwsbladen

Bron: Nielsen

Bruto mediabestedingen per maand, 2008, 2009 en 2010 YTD (bedragen x 1.000)



Bron: Nielsen

De bruto mediabestedingen lagen in februari 2010 hoger dan in 2009. Ook in vergelijking met 2008 lag het niveau van de bestedingen hoger.

Branches

De top 5 branches van februari noteren allemaal een groei op basis van bruto mediabestedingen ten opzichte van dezelfde maand in 2009. De branches in de top 3 hebben zelfs allemaal een groei boven de 20% genoteerd. De daling van de branche Transport (-2,9%) is weer iets verder opgelopen. Ondanks de groei in januari daalden de bruto mediabestedingen van de branche Financiële Dienstverlening (-16,8%) in februari weer.

In totaal is er voor 13 van de 21 branches een groei geregistreerd. In januari waren dit er nog 9.

Bruto mediabestedingen hoofdgroepen x € 1.000 en in % ten opzichte van dezelfde periode een jaar eerder (gesorteerd op basis van cumulatieve cijfers 2010)

	2010 YTD	feb-10	feb-10 t.o.v. feb-09
Totaal	778.381	403.020	10,0%
Retail	169.320	89.127	24,4%
Voedings- en Genotmiddelen	100.791	57.918	23,6%
Horeca, Toerisme, Recreatie	83.926	38.300	24,1%
Telecom, ICT	56.711	31.914	11,8%
Persoonlijke Verzorging	56.411	30.712	7,5%
Transport	52.288	26.095	-2,9%
Overheid, Educatie en Non Profit	49.958	25.940	-7,5%
Financiële Dienstverlening	46.409	19.832	-16,8%
Media	38.321	20.840	-5,4%
Medisch	22.014	11.782	30,7%
Overige Producten en Diensten	19.320	7.657	-10,4%
Was- en Reinigingsmiddelen	16.770	8.782	5,0%
Zakelijke Dienstverlening	14.907	7.218	-24,9%
Huis en Tuin	14.706	7.233	26,4%
Brandstof, Energie, (Petro)Chemie	12.058	5.784	-11,2%
Mode	7.169	3.969	9,8%
Consumenten Elektronica	5.821	3.349	116,6%
Producten Professioneel Gebruik	5.632	3.360	14,0%
Bouw en Onroerend Goed	3.174	1.841	2,3%
Agrarisch	2.644	1.343	-8,9%
Overige Reclame-uitingen	31	23	91,7%

Bron: Nielsen

Top 10 adverteerders

De top 10 adverteerders van februari is helemaal groen gekleurd, de bruto mediabestedingen van alle adverteerders waren hoger dan in dezelfde maand in 2009. De grootste stijger deze maand is Hema die binnenkomt op de 9^e plaats komend vanaf plaats 40 met een stijging van de bruto mediabestedingen van 150,7%. Ook Mars (10^e) en T-Mobile (6^e) zijn deze maand nieuw in de top 10 en noteerden groeipercentages van respectievelijk 129,2% en 207,4%. Ook de onbetwiste nummer 1 Unilever adverteerde 19,6% meer en heeft in de eerste twee maanden van 2010 ruim € 32,6 mln. uitgegeven op basis van bruto mediabestedingen.

Top 10 adverteerders laatste maand 2010 en cumulatief op basis van bruto mediabestedingen

(x € 1.000, ranking op basis van cumulatieve cijfers 2010)

Ranking			2010 YTD	feb-10	feb-10 t.o.v. feb-09
2008	2009	Totaal	778.381	403.020	10,0%
1	1	Unilever Nederland	32.632	16.960	19,6%
2	2	KPN	11.721	8.577	21,8%
3	3	Procter & Gamble Nederland	13.223	6.888	8,1%
13	4	Schuitema	9.956	5.098	69,6%
4	5	L'Oreal Nederland	8.758	4.463	14,7%
55	6	T-Mobile Netherlands	6.812	4.165	207,4%
6	7	Lidl Nederland	7.534	4.052	13,2%
7	8	Kruidvat Retail	9.265	4.031	13,3%
40	9	Hema	5.214	3.979	150,7%
37	10	Mars Nederland	5.489	3.866	129,2%

Bron: Nielsen

Top 10 producten laatste maand 2010 op basis van bruto mediabestedingen

(x € 1.000, ranking op basis van cumulatieve cijfers 2010)

Ranking			2010	feb-10	feb-10 t.o.v. feb-09
feb-09	feb-10	Totaal	777.822	402.571	8,9%
4	1	C1000	9.956	5.098	69,6%
1	2	Lidl	7.534	4.052	13,2%
22	3	Hema	5.214	3.979	160,6%
2	4	Kras	7.153	3.590	3,4%
3	5	Gamma	6.138	3.496	3,0%
6	6	Albert Heijn	7.402	3.476	32,0%
11	7	McDonald's	5.745	3.324	64,7%
5	8	Kruidvat	7.679	3.253	11,9%
243	9	T-Mobile	4.982	2.813	642,2%
8	10	Media Markt	4.607	2.418	5,4%

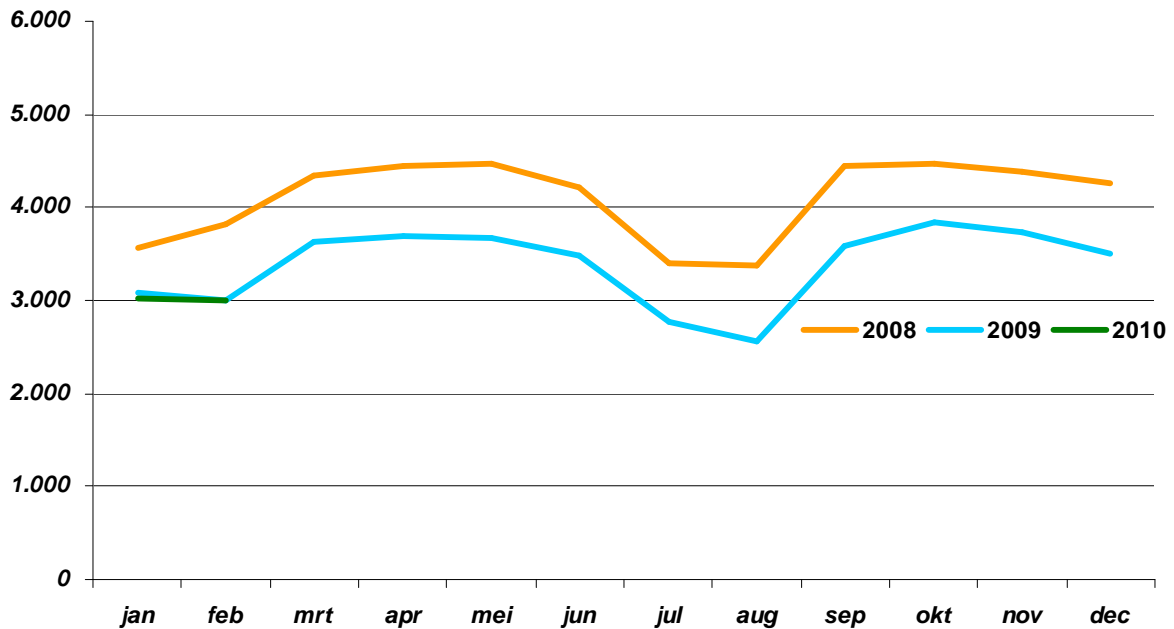
Bron: Nielsen

Top 10 producten

Een stijging van 69,6% van de bruto mediabestedingen van Schuitema heeft het product C1000 op de eerste plaats gezet in de top 10 producten van februari 2010. T-Mobile (642,2%) en Hema (160,6%) zijn ook in de top 10 producten de grootste stijgers en komen uit op respectievelijk de 9^e en 3^e plaats.

Opvallend is de afwezigheid van De Nederlandse Energie Maatschappij in de top 10 producten. Ten opzichte van februari 2009 staat het product op een 14^e plaats in de ranking en valt dus sinds de introductie in januari 2009 voor het eerst buiten de top 10.

Aantal adverteerders per maand, 2008, 2009 en 2010 YTD



Aantal adverteerders

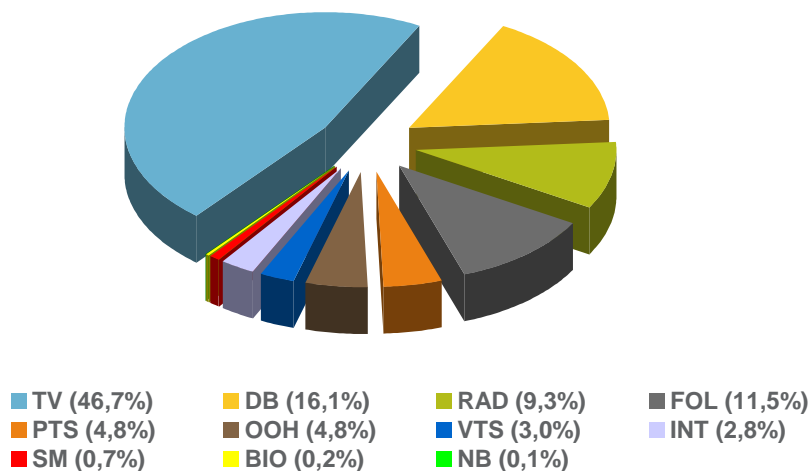
Het aantal adverteerders in februari ligt op hetzelfde niveau als in februari 2009. In totaal zijn er 3.003 adverteerders geregistreerd. Hiermee lijkt de daling van het aantal adverteerders verder te stabiliseren.

Marktaandeelen

Ten opzichte van februari 2009 is het marktaandeel van het mediumtype Televisie met 0,3% afgenomen tot 46,7%. Dagbladen heeft het marktaandeel met 1,3% vergroot en komt uit op 16,1%. Folders is de grootste stijger in de lijst, met een toename van 2% komt het mediumtype deze maand uit op 11,5%. Ook Radio heeft haar marktaandeel weten te vergroten en noteert een groei van 0,4%. Publiekstijdschriften (-0,9%), Vaktijdschriften (-0,9%) en Internet (-1,2%) leverden marktaandeel in. De overige mediumtypen bleven nagenoeg gelijk.

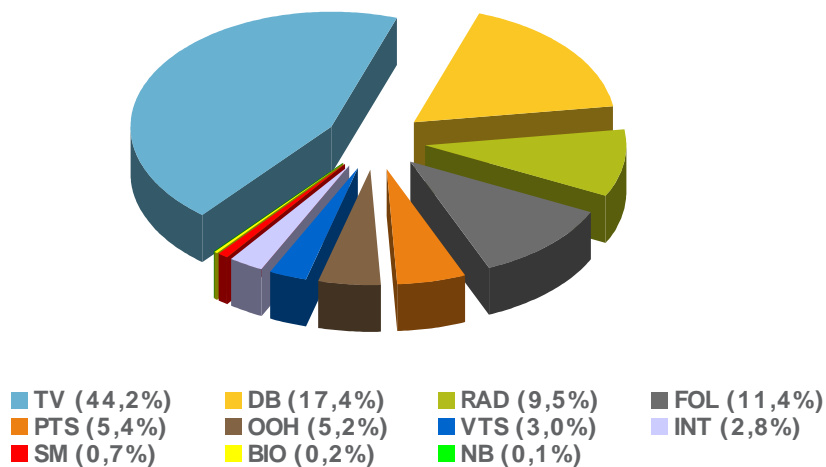


Marktaandeelen mediumtypen februari 2010



Bron: Nielsen

Marktaandeelen mediumtypen januari - februari 2010



Bron: Nielsen



Registratie

Dit informatie in dit rapport is gebaseerd op de mediumtypen Televisie, Radio, Dagbladen, Publiekstijdschriften, Sponsored Magazines, Internet, Vaktijdschriften, Nieuwsbladen, Bioscoop en Out of Home (excl. Digital Out of Home Media). Nielsen registreert de bruto mediabestedingen in Nederland. Hierbij wordt uitgegaan van de bruto tarieven, oftewel de tarieven zoals die op de tariefkaart vermeld staan. De bruto mediabestedingen geven feitelijk de mediadruk weer. Er wordt geen rekening gehouden met eventuele kortingen die verleend worden, barters die afgesloten worden enzovoorts.

Over The Nielsen Company

The Nielsen Company is een wereldspeler op het gebied van informatie en media en neemt de marktleiderspositie in met erkende merken in marketing informatie, onderzoek naar mediumbereik en mediabestedingen, online intelligence, mobile measurement, beurzen en tentoonstellingen en business publications (Billboard, The Hollywood Reporter, Adweek). The Nielsen Company is actief in meer dan honderd landen en heeft hoofdkantoren in New York (Verenigde Staten). Kijk voor meer informatie op www.nielsen.com

Media Group, The Netherlands

Postadres:
Postbus 22609
1100 DC Amsterdam ZO

Bezoekadres:
Diemerhof 2
1112 XL DIEMEN



+31 (0)20 – 398 82 00



information-nl@nielsen.com



www.nl.nielsen.com